

# **ANALISIS VALUE CHAIN SEBAGAI ALAT BANTU MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING**

**Studi Kasus : Perusahaan Jasa Periklanan CV. "A" di Surabaya**

## **SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH**

**HANNA FRANCISCA**

**No. Pokok : 049514902**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
1999**

**SKRIPSI**

**ANALISIS VALUE CHAIN SEBAGAI ALAT BANTU MENCIPTAKAN  
KEUNGGULAN BERSAING**

**Studi Kasus : Perusahaan Jasa Periklanan CV "A" di Surabaya**

DIAJUKAN OLEH

HANNA FRANCISCA

No. Pokok : 049514902

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

  
ARSONO LAKSMANA, DR., S.E., Ak.

Tanggal .....

KETUA JURUSAN

  
DRS. WIDI HIDAYAT, Msi., Ak.

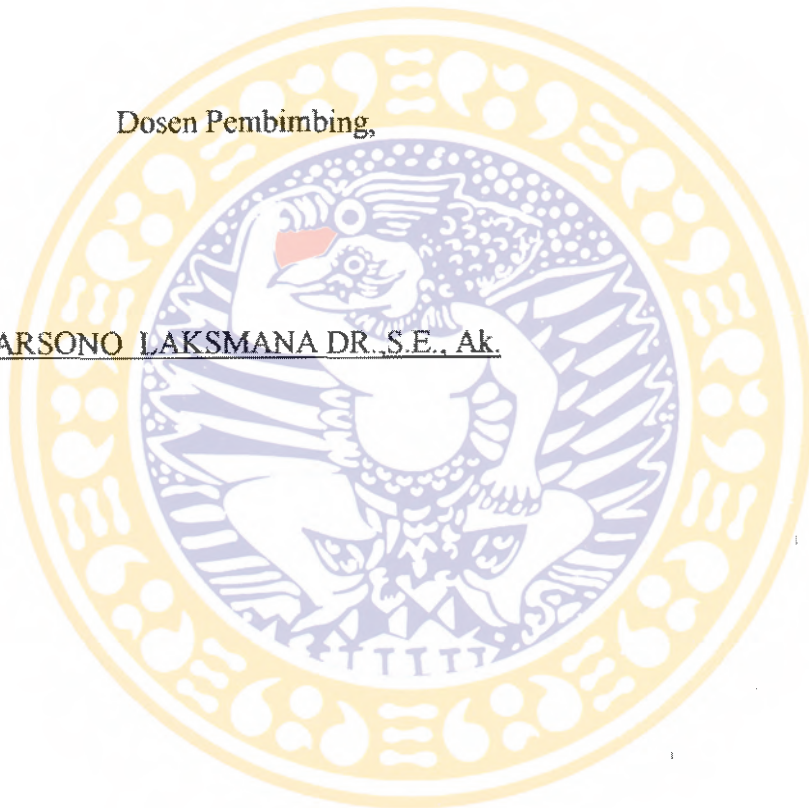
Tanggal 1708-2020

Surabaya, .....

Telah disetujui dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

ARSONO LAKSMANA DR., S.E., Ak.



## ABSTRAKSI

Persaingan yang semakin ketat memaksa manajer untuk meningkatkan kinerja untuk memperoleh keunggulan bersaing. Dalam usaha manajer untuk meningkatkan kinerja ini manajer membutuhkan informasi keuangan untuk membuat keputusan, sedangkan laporan keuangan yang selama ini tersedia hanya merupakan laporan keuangan untuk kepentingan external, dan bersifat menyeluruh, sehingga untuk kebutuhan internal dan informasi yang secara detail belum tersedia.

Kondisi inilah yang menjadi permasalahan yang akan diangkat dalam skripsi ini, karena fokus terhadap informasi keuangan untuk kebutuhan internal merupakan salah satu kunci utama untuk mempertahankan posisinya dalam persaingan. Melalui studi kasus pada sebuah perusahaan periklanan yang berkedudukan di Sidoarjo, penulis hendak mengulas pentingnya analisa Value Chain bagi perusahaan jasa periklanan. Analisa ini membagi perusahaan ke dalam aktivitas-aktivitas yang menghasilkan nilai tambah bagi konsumen, dengan analisa ini menunjukkan kepada manajer kepada manajer, biaya yang terjadi untuk masing-masing aktivitas selama dua tahun. Setelah itu dengan melakukan analisa profitabilitas untuk membandingkan kinerja selama dua tahun melalui prosentase untuk setiap aktivitas.

Hasil yang diperoleh dari penulisan ini diharapkan akan sangat bermanfaat bagi manajer untuk dapat mengambil keputusan yang memperbaiki dan



meningkatkan kinerja perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing sehingga perusahaan mampu mempertahankan posisinya dalam persaingan industri.

Surabaya, September 1999



x